

## **Módulo: Planeamento e Implementação de Atividades Promocionais, de Marketing e Vendas em Eventos**

Carga Horária: 50 horas

### Objetivos

- Produzir e implementar um plano de vendas.
- Analisar o processo de desenvolvimento de planos de promoção de eventos.
- Conceber o desenvolvimento de actividades e materiais promocionais e avaliar o seu impacto.

### Conteúdos

- Processo de marketing e vendas – visão geral;
- Processo de marketing;
- Processo de vendas;
- Estratégia de marketing;
- Introdução ao marketing mix de eventos – os quatro P;
- Análise do mercado;
- Obter e usar informação do mercado:
  - Mercado;
  - Sistemas de informação de marketing;
  - Segmentação de mercado;
  - Cliente;
  - Comportamento do cliente;
  - Requisitos do cliente;
  - Concorrentes;
  - Actividades dos concorrentes e seus impactos;
  - Como avaliar e utilizar o feedback dos clientes de forma eficaz.
- Como elaborar análises de mercado:
  - Análise interna;
  - Tendências de mercado;
  - Análise externa;
- Como identificar possibilidades:
  - Para melhorar a comercialidade;
  - Identificar possibilidades de expansão.
- Elaboração um plano de vendas;
- Utilizar análises de mercado:

- Utilizar resultados de forma eficaz;
- Definição de preços;
- Desenvolvimento de métodos de venda.
  - Como definir:
    - Objectivos de vendas;
    - Previsões de vendas;
    - Metas de vendas.
  - Como avaliar actividades e impactos:
    - Avaliar actividades dos concorrentes;
    - Impactos no negócio.
  - Como calendarizar actividades para atingir objectivos e metas de vendas;
  - Como identificar requisitos em termos de recursos, incluindo os 3 P adicionais relevantes para os serviços (mix de marketing);
  - Como avaliar os resultados e a eficácia do plano;
  - Conteúdo e mix de vendas de um plano de venda;
  - Como obter recursos em termos de produtos, serviços, pessoas, financiamento, instalações, actividades de marketing e apoio administrativo;
  - Como afectar recursos para atingir os objectivos de um plano de vendas;
  - Como conseguir um compromisso com o plano de vendas para:
    - Maximizar a produtividade das vendas;
    - Utilizar eficazmente os funcionários.
  - Como monitorizar a implementação do plano de vendas através da utilização de:
    - Pessoas relevantes;
    - Formas de monitorização.
      - Informação de background ao mix de vendas;
      - Monitorização da eficácia do plano de vendas;
      - Como monitorizar o plano de vendas para assegurar que os objectivos de venda são atingidos;
    - Como lidar com problemas na implementação do plano:
      - Identificação de problemas;
      - Adaptar medidas adequadas.
    - Como avaliar o desempenho do plano de vendas;
    - Como rever o plano de vendas;
    - Como identificar ameaças e oportunidades para o plano de vendas;
    - Como utilizar os resultados da monitorização;
    - Promoção e marketing de eventos;
    - Promoção de eventos;
    - Como elaborar planos promocionais:
      - Identificar informação relevante para o plano;

- Identificar oportunidades promocionais a serem incluídas;
- Formato do plano;
- Optimizar a utilização de recursos;
- Produzir informação de forma clara e concisa.
- Como elaborar actividades e materiais promocionais:
  - Exemplos de diferentes tipos de actividades e materiais promocionais;
  - Utilizar uma agência de publicidade;
  - Criação e produção de uma memória descritiva de design;
  - Obter e utilizar informação relevante.
- Como avaliar actividades e materiais promocionais:
  - Avaliar actividades e materiais;
  - Definir critérios de avaliação;
  - Realizar a avaliação;
  - Monitorizar o impacto e a eficácia;
  - Elaborar relatórios.